

Recrutamento e seleção nas redes sociais: percepção dos estudantes de Psicologia

Recruitment and selection in virtual social: perception of Psychology students

Marieli Florentino Lino Doutoranda em Ciências da Linguagem. Universidade do Sul de Santa Catarina (UNISUL) – Brasil. marielilino@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-4964-3790>

Dâmaris de Oliveira Batista da Silva Doutora em Ciências da Linguagem. Universidade do Sul de Santa Catarina (UNISUL) – Brasil. damarisobs@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-4500-8052>

RESUMO

Este estudo teve como objetivo geral compreender a percepção de estudantes universitários do curso de Psicologia quanto ao uso das redes sociais virtuais nos processos de recrutamento e seleção. Utilizou-se uma entrevista semiestruturada como instrumento de coleta de dados, aplicada a 10 participantes, estudantes dos 9º e 10º semestres do curso de Psicologia. Como resultados, constatou-se o uso das redes sociais para divulgação de vagas de emprego e análise dos perfis dos candidatos, apresentando fatores favoráveis no recrutamento e seleção. Fatores negativos foram identificados apenas no processo de seleção, devido a uma potencial discrepância entre o perfil nas redes sociais e o perfil profissional dos indivíduos. Por fim, revelou-se que os estudantes universitários manifestaram a intenção de projetar uma imagem profissional nas redes sociais, tomando cuidado com os conteúdos que publicam devido ao receio de serem analisados.

Palavras-chave: recrutamento e seleção; redes sociais; Psicologia.

ABSTRACT

This study aimed to understand the perception of university students in the Psychology course regarding the use of virtual social networks in the recruitment and selection processes. The instrument used for data collection was a semi-structured interview applied to 10 participants, students from the 9th and 10th semesters of the Psychology course. The study revealed that social networks were used for job vacancy announcements and for reviewing candidates' profiles, indicating favorable aspects in recruitment and selection. Negative factors were identified only in the selection process due to the potential discrepancy between the candidate's social media profile and their professional profile. Finally, the study revealed that students are inclined to project a professional image on social networks, taking care with the content they publish, as they fear being analyzed.

Keywords: recruitment and selection; social networks; Psychology.

Recebido em 02/10/2023. Aprovado em 23/12/2023. Avaliado pelo sistema *double blind peer review*. Publicado conforme normas da ABNT.
<https://doi.org/10.22279/navus.v13.1788>

1 INTRODUÇÃO

Os avanços nas tecnologias da informação e comunicação impactaram os campos da Gestão de Pessoas, tornando alguns processos mais práticos, rápidos e com custo reduzido. Além disso, com a chegada e o crescimento das redes sociais, observou-se uma modificação nos comportamentos das pessoas, tanto nas relações familiares e de amizade quanto nas relações entre empresas, funcionários e clientes.

As empresas viram no uso das tecnologias uma oportunidade para inovar e crescer no mercado, reformulando, por exemplo, os processos de recrutamento e seleção. O recrutamento on-line possibilita que os candidatos respondam aos anúncios enviando seus currículos, agilizando o processo e ampliando o alcance das empresas. Além disso, na seleção de pessoas, as empresas estão cada vez mais adotando a prática de buscar candidatos nas redes sociais. Isso possibilita aos recrutadores acessar diversas informações sobre os candidatos.

Araújo e Garcia (2014) identificam os processos de recrutamento e seleção como atividades plenamente interligadas, e embora seja difícil separá-las, cada uma se refere a um resultado diferente. Gil (2019) define recrutamento como o processo cujo objetivo é atrair o maior número possível de candidatos. A seleção, por sua vez, é o processo no qual as empresas selecionam os candidatos mais adequados para preencher as vagas de emprego em aberto.

Nos processos de recrutamento e seleção, alguns instrumentos podem ser utilizados com o auxílio da internet, desde a divulgação das vagas em anúncios nos meios eletrônicos até a aplicação de técnicas e testes à distância. O uso das redes sociais também se mostrou uma prática adotada pelas organizações nos processos de recrutamento e seleção. Gil (2019) salienta que as redes sociais são fonte de informação sobre os candidatos: "Muitas empresas vêm adotando rotineiramente a busca de candidatos nas redes sociais. Isso porque os recrutadores têm acesso direto a informações dos candidatos de diferentes locais com custo praticamente zero" (p. 118).

Dentre os estudos publicados sobre recrutamento e/ou seleção nas redes sociais, há aqueles que abordaram a temática, concentrando-se em obter a percepção dos gestores ou pessoas responsáveis pelos processos de recrutamento e seleção dentro das empresas. Esses estudos demonstraram que o uso das redes sociais nesses processos já é uma realidade, tanto na divulgação das vagas de emprego quanto na busca de informações sobre funcionários e/ou candidatos em processos seletivos. As principais redes sociais utilizadas para consultas incluíam os perfis no *LinkedIn*, uma rede social voltada para fins profissionais, e no *Facebook*, uma rede considerada não profissional (Biberg, 2019; Costa; Caregnatto, 2013; Dias, 2016; Lemes; Weschenfelder, 2015; Molina, 2011).

Outras produções procuraram abordar a percepção de públicos distintos, participantes dos processos de recrutamento e seleção: estudantes, em sua maioria do curso de Administração (Belmonte, 2017; Neto et al., 2015; Sicuro, 2016); além de gestores e colaboradores simultaneamente (Formentin et al., 2014; Santos; Oliveira; Centurión, 2018).

Ou seja, a maioria dos estudos citados limitou-se a obter apenas a percepção dos gestores ou das pessoas responsáveis pela Gestão de Pessoas nas empresas, sendo produções predominantemente de cursos na área de Administração. No entanto, os psicólogos estão entre os profissionais que atuam nos processos de recrutamento e seleção das organizações. De acordo

com Zanelli, Andrade e Bastos (2014), nesta área conhecida como Psicologia Organizacional e do Trabalho, o psicólogo atua visando contribuir para a qualidade de vida das pessoas no ambiente de trabalho.

Devido ao crescente uso das tecnologias pelos profissionais psicólogos em seu trabalho, a Resolução nº 11, de 11 de maio de 2018, regulamentou a prestação de serviços psicológicos por meio de Tecnologias da Informação e da Comunicação, revogando a Resolução anterior do Conselho Federal de Psicologia (CFP) nº 11/2012. Em seu Art. 2º, esclarece que é autorizada a prestação dos devidos serviços psicológicos realizados por meios tecnológicos da informação e comunicação, desde que esteja em conformidade com as disposições do Código de Ética Profissional do Psicólogo. Além disso, na alínea II, há referência aos processos de Seleção de Pessoal. No entanto, não foram explicitadas quais são as atividades que os psicólogos podem prestar utilizando as tecnologias, tampouco foi mencionado o uso das redes sociais virtuais pelos profissionais psicólogos (CFP, 2018).

Com base no exposto, o objetivo geral deste estudo é compreender a percepção dos estudantes universitários do curso de Psicologia quanto ao uso das redes sociais virtuais nos processos de recrutamento e seleção, visto que os psicólogos também podem atuar nas organizações de trabalho como recrutadores e/ou selecionadores. Além disso, foram elaborados três objetivos específicos destacados ao longo do texto. A seguir, serão apresentados os tópicos referentes à fundamentação teórica, à metodologia, aos resultados e discussão e, por fim, as considerações finais da pesquisa.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Uma das preocupações da área de Gestão de Pessoas está relacionada aos processos de recrutamento e seleção: utilizar os instrumentos mais adequados para atrair profissionais do mercado de trabalho com as competências necessárias e que desejam permanecer nas organizações (Chiavenato, 2014).

Gestão de Pessoas é a expressão que visa substituir Administração de Recursos Humanos, de forma a "designar as pessoas que trabalham nas organizações não mais como empregados ou funcionários, mas como cooperadores, colaboradores ou parceiros" (Gil, 2019, p. 18). Entre as funções do gestor de pessoas estão o desenvolvimento e a implementação de planos e programas de recrutamento e seleção.

Chiavenato (2014) apresenta o recrutamento e seleção como processos de agregar pessoas, constituindo o primeiro grupo de processos da moderna Gestão de Pessoa. Esses processos visam encontrar a correspondência entre o que a empresa deseja e o que as pessoas têm a oferecer:

Mas não são apenas as organizações que selecionam, as pessoas também escolhem as organizações em que pretendem trabalhar. Assim, trata-se de uma escolha recíproca: as organizações escolhem as pessoas que pretendem engajar e as pessoas escolhem as organizações nas quais pretendem trabalhar (p. 91).

Ou seja, as atividades de recrutamento e seleção das empresas devem ser adequadamente estruturadas e motivadoras, com o objetivo de atrair candidatos potenciais e estimulá-los a desejar ingressar nas organizações de trabalho.

O recrutamento é o processo que visa atrair o maior número possível de candidatos com as qualificações e perfil necessários para preencher os cargos nas organizações, utilizando fontes e meios disponíveis. Para tanto, é

realizado previamente um levantamento das informações da vaga em aberto, a fim de delinear o perfil que será procurado (Gil, 2019).

O recrutamento pode ser tanto interno quanto externo (Chiavenato, 2014). O recrutamento interno prioriza os colaboradores que já trabalham na organização, permitindo que sejam promovidos para cargos mais elevados e complexos na mesma área de atuação ou transferidos para cargos do mesmo nível hierárquico, porém envolvendo outras habilidades e conhecimentos para a execução de diferentes atividades. O recrutamento externo, por sua vez, atua sobre candidatos que estão fora da organização, com a intenção de envolvê-los em seu processo de seleção de pessoas.

Existem vários meios de recrutamento externo, tais como indicação ou recomendação, banco de dados, *headhunters*, agências de recrutamento, anúncios, cartazes, instituições de ensino, consultorias em recrutamento e seleção, internet, entre outros. Todos os métodos de recrutamento apresentam vantagens e desvantagens. Para escolher o meio mais adequado, deve-se considerar os cargos oferecidos e os recursos disponibilizados pela organização.

Com a etapa de recrutamento executada adequadamente, a organização terá à disposição um número consideravelmente alto de candidatos para disputar o cargo a ser preenchido. A próxima etapa, então, é a de seleção de pessoas, que, de acordo com Gil (2019), visa selecionar o candidato mais compatível com as exigências do cargo mediante a utilização de procedimentos, técnicas e/ou testes, com o intuito de comparar as características dos concorrentes e prever seus comportamentos no cargo.

A primeira etapa do processo de seleção é a análise dos currículos dos candidatos (Chiavenato, 2014). Os próximos passos do processo de seleção incluem a aplicação de técnicas e/ou testes para verificar os atributos e qualificações dos candidatos.

Dentre os instrumentos de seleção estão: a entrevista de seleção; as técnicas grupais como simulações, jogos e dramatizações; a aplicação de testes, sejam eles na modalidade de teste prático, teste de conhecimentos, teste psicológico etc.; entre outros. Ao final do processo de seleção, os candidatos contratados serão integrados à cultura da organização (Araújo; Garcia, 2014).

Nos processos de recrutamento e seleção, ferramentas on-line podem ser usadas, desde anúncios de vagas até testes à distância. As empresas, por exemplo, podem utilizar entrevistas por videoconferências com objetivo de fazer uma primeira triagem dos candidatos (Chiavenato, 2014).

O recrutamento à distância, também conhecido como recrutamento virtual ou recrutamento on-line, é realizado por meios eletrônicos, trazendo vantagens como imediatismo e facilidade de interação com os candidatos, e tudo isso sem precisar sair de casa, reduzindo assim, os custos do processo. Segundo Chiavenato (2014), as empresas podem utilizar as redes sociais virtuais como meio para anunciar suas vagas de emprego, permitindo que os candidatos interessados enviem seus currículos.

Outro ponto importante é que as redes sociais representam ambientes virtuais destinados a reunir pessoas. Por meio delas, os membros podem interagir através de seus perfis pessoais, compartilhando fotos, textos, mensagens e/ou vídeos, de acordo com as regras estabelecidas por cada plataforma, as quais definem o comportamento dos usuários.

Entre as redes sociais utilizadas nos processos de recrutamento e seleção, estão o *LinkedIn* e o *Facebook*. Como o *LinkedIn* foi criado com o propósito específico de estabelecer contatos profissionais, ele vem sendo

usado preferencialmente para análise de currículos. O *Facebook*, por sua vez, é uma rede social pessoal que serve para que as empresas obtenham informações que vão além do âmbito profissional, como preferências, hobbies e sociabilidade. “Nessas redes, as pessoas tendem a ser mais espontâneas e a se expor mediante a inserção de fotos e vídeos, o que também pode ser muito útil no processo de recrutamento” (Gil, 2019, p. 118).

O recrutamento e seleção on-line estão crescendo em comparação a outras abordagens tradicionais. A internet facilitou o acesso a candidatos qualificados, tornando os processos mais rápidos e com custo reduzido. Mas além de analisar os benefícios que a internet trouxe, também é preciso considerar os possíveis impactos negativos.

Conforme apontado por Chiavenato (2014), a internet apresenta algumas limitações. Por ser um meio fácil para envio de currículos, muitos candidatos sem as qualificações requeridas se candidatam às vagas, o que leva as empresas a despenderem muito tempo na triagem. Além disso, como a internet não é uma ferramenta de seleção, ela não pode substituir os contatos pessoais, as entrevistas presenciais e outras técnicas presenciais de seleção. Essas são importantes para avaliar comportamentos e atitudes essenciais ao preenchimento da vaga.

Como apontado anteriormente, os psicólogos fazem parte dos profissionais que podem atuar nas empresas, inclusive aplicando os processos de recrutamento e seleção. De acordo com Zanelli, Andrade e Bastos (2014), as organizações e o trabalho fazem parte dos fenômenos de natureza psicossocial da vida humana não podendo ser separados das demais esferas da vida pessoal. Ao longo do tempo, eles assumem novas configurações dando origem a diferentes processos e fenômenos individuais e grupais. Estes, por sua vez, tornam-se objetos de estudo e campo de atuação para os psicólogos. Para os autores, é nesse cenário que a Psicologia procura compreender as interações dos indivíduos nas múltiplas dimensões dos seus grupos sociais, para, a partir disso, construir estratégias com objetivo de promover a qualidade de vida e o bem-estar das pessoas, além de manter sua produtividade. Cabe então destacar a percepção desses profissionais em meio à adoção crescente das redes sociais nos processos de recrutamento e seleção de pessoas.

3 METODOLOGIA

Com base nos objetivos anteriormente apresentados, a presente pesquisa caracteriza-se como exploratória, utilizando uma abordagem qualitativa e empregando procedimentos da pesquisa de campo. A análise dos dados baseou-se na análise de conteúdo.

A pesquisa envolveu a participação de 10 estudantes universitários matriculados regularmente no curso de Psicologia da Universidade do Sul de Santa Catarina no ano de 2019. Esses alunos cursavam os 9º e 10º semestres e frequentavam as disciplinas referentes aos campos de estágio obrigatório I ou II, na área de Psicologia Organizacional e do Trabalho. O método utilizado para a coleta de dados consistiu em uma entrevista semiestruturada. O roteiro da entrevista, composto por 16 perguntas, foi desenvolvido com base nos objetivos da pesquisa.

Durante os procedimentos de coleta de dados, a pesquisadora visitou as salas durante os períodos de aula, com o intuito de explicar aos alunos as informações relacionadas ao projeto de pesquisa e os requisitos necessários para se tornar um participante. Ela solicitou que os interessados escrevessem seus nomes e números de telefone em uma folha disponibilizada para esse fim.

Posteriormente, a pesquisadora entrou em contato para confirmar a participação dos interessados.

As entrevistas foram realizadas individualmente, em uma sala reservada no Serviço de Psicologia da Universidade do Sul de Santa Catarina, assegurando o sigilo dos dados e um ambiente livre de interferências sonoras. As datas e os horários das entrevistas foram agendados de acordo com a disponibilidade de cada participante. No dia e horário determinados, a pesquisadora se apresentou e forneceu orientações aos participantes sobre os objetivos e as questões éticas da pesquisa.

Em seguida, o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) foi apresentado aos participantes, que o assinaram e receberam uma cópia para eventuais consultas e esclarecimento de dúvidas. Cada entrevista teve uma duração média de 20 minutos. É importante ressaltar que este estudo aderiu aos princípios éticos delineados nas Resoluções nº 466/12 e nº 510/16 e obteve aprovação do Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade do Sul de Santa Catarina, com o parecer número 3.562.855.

Após a coleta, os dados foram submetidos a uma análise de conteúdo:

A análise de conteúdo visa o conhecimento de variáveis de ordem psicológica, sociológica, histórica etc., por meio de um mecanismo de dedução com base em indicadores reconstruídos a partir de uma amostra de mensagens particulares (Bardin, 2004, p. 39).

Em seguida, procedeu-se a interpretação dos dados, relacionando-os com os conceitos e estudos presentes na fundamentação teórica, os quais serão discutidos no próximo tópico.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

A amostra final compreendeu 10 estudantes universitários, matriculados nos 9º e 10º semestres do curso de Psicologia, os quais responderam à entrevista. A idade variou entre 21 a 30 anos. Por razões éticas, os participantes serão identificados ao longo do texto pelas nomenclaturas A1 a A10, escolhidas aleatoriamente pela pesquisadora.

Todos os participantes declararam possuir perfil em pelo menos uma rede social: dez no *Instagram*, nove no *Facebook*, dois no *Twitter* e dois no *LinkedIn*. Quanto ao tempo de atuação dos participantes no estágio de Psicologia Organizacional e do Trabalho, obteve-se uma média de sete meses. Dentre os participantes, nove já haviam realizado atividades de recrutamento e seleção em empresas. Após estes dados de identificação geral, as demais questões foram analisadas de acordo com a técnica de análise de conteúdo, e as categorias de análise construídas a partir das respostas.

4.1 Recrutamento e seleção nas redes sociais

Quanto ao primeiro objetivo específico (identificar o conhecimento e a opinião dos estudantes universitários quanto ao uso das redes sociais virtuais em processos de recrutamento e seleção), foram elaboradas quatro categorias de análise:

- (1a) fatores favoráveis ao uso das redes sociais no recrutamento;
- (1b) fatores favoráveis ao uso das redes sociais na seleção;
- (1c) fatores desfavoráveis ao uso das redes sociais na seleção;
- (1d) fatores de eliminação de candidatos/funcionários.

Na categoria (1a) "fatores favoráveis ao uso das redes sociais no recrutamento", a predominância nas respostas dos participantes foi o uso dessas plataformas para a divulgação de vagas de emprego. Os participantes destacaram como fatores favoráveis ao uso das redes sociais no processo de recrutamento: o alcance das redes sociais e a rapidez; a possibilidade de incluir os requisitos nos anúncios para direcionar o público-alvo e reduzir o tempo despendido na triagem; o aumento do número de currículos no banco de dados; a função de servir como meio de comunicação para entrar em contato com os candidatos; a aproximação da empresa dos candidatos. Os participantes consideraram esse método superior em comparação a outros métodos de recrutamento, como rádio, sites, jornal, televisão e indicação. Ademais, não foram encontradas desvantagens nas falas dos participantes.

Observou-se que o uso das redes sociais virtuais é mais frequente no processo de recrutamento, mais especificamente na divulgação de vagas de emprego. Isso apresenta vantagens que colaboram com o seu uso cada vez mais crescente. Os autores Araújo e Garcia (2014) enfatizam o uso das redes sociais pelas empresas como meio de divulgação de vagas de emprego no processo de recrutamento.

Quanto à categoria (1b) "fatores favoráveis ao uso das redes sociais na seleção", observou-se que predominou, nas respostas dos entrevistados, o emprego das redes sociais para visitar o perfil dos candidatos. Apresentando como fatores favoráveis: visitar o perfil para conhecer a pessoa; por meio das informações encontradas nas redes sociais, é possível realizar uma triagem e eliminar candidatos; confirmar informações apresentadas na entrevista ou no currículo; associada à entrevista, permite construir o perfil do candidato. Os participantes consideraram essa prática como um auxílio no processo de seleção.

Além disso, visitar o perfil das pessoas foi considerado uma prática que também pode ser realizada após a contratação. O uso das redes sociais também possibilita a entrevista virtual, tornando o processo de seleção acessível às pessoas que moram longe. De acordo com Chiavenato (2014), algumas empresas adotam entrevistas por videoconferência com o objetivo de realizar uma primeira avaliação dos candidatos. Gil (2019) também destaca o uso das redes sociais nos processos de seleção. Em contraposição, os estudos de Formentin *et al.* (2014) e Santos, Oliveira e Centurión (2018) demonstraram que o uso das redes sociais na seleção ainda não é uma prática comum em algumas regiões.

Verificou-se que o uso das redes sociais virtuais no processo de seleção apresenta fatores favoráveis que podem ser considerados como supérfluos, dificultando, assim, a mensuração de sua validade e suscitando questões éticas relacionadas à utilização dessa prática pelos profissionais psicólogos. No Art. 2º do Código de Ética Profissional do Psicólogo são apresentadas as proibições, tais como: "Praticar ou ser conivente com quaisquer atos que caracterizem negligência, discriminação, exploração, violência, crueldade ou opressão" (CFP, 2005). Isso destaca a importância de considerar a ética profissional ao se optar por utilizar informações das redes sociais no contexto de seleção de pessoal.

Na categoria (1c) "fatores desfavoráveis ao uso das redes sociais na seleção", o fator mais mencionado foi a hipótese da existência de uma discrepância entre o perfil nas redes sociais e o perfil profissional ou real das pessoas, conforme os trechos a seguir:

"[...] as pessoas nas redes sociais não são o que elas realmente são [...]" (Participante A2).

"[...] na rede social a gente mostra aquilo que a gente quer, não aquilo que a gente é [...]" (Participante A3).

"[...] quando um sujeito está diante de uma rede social por muitas vezes, ele age de uma forma, e o sujeito enquanto pessoa age de outra [...]" (Participante A7).

Observa-se que, ao mesmo tempo em que afirmam a possibilidade de usar as consultas às redes sociais dos candidatos para fins de seleção, a mesma ação é percebida pelos participantes com fatores desfavoráveis, citando-se: risco de perder bons candidatos devido às suas postagens nas redes sociais; circunstâncias em que os perfis inativos apresentarão informações escassas sobre os candidatos; possibilidade de os gestores das empresas criarem estereótipos em relação aos candidatos com base nas postagens das redes sociais; risco de o candidato manipular suas informações das redes sociais em detrimento da vaga de emprego; divergência entre as opiniões e os valores dos gestores e candidatos, em diversos assuntos, pode exercer influência na decisão do gestor; falta de fidedignidade das informações postadas nas redes sociais; informações encontradas nas redes sociais que podem ser consideradas supérfluas; utilizar as redes sociais como único instrumento de seleção não é aconselhável; não contemplar o público que não possui redes sociais; formação acadêmica dos gestores pode diferenciá-los do psicólogo na busca pelas informações dos candidatos nas redes sociais; o desconhecimento da lei que poderia talvez caracterizar a prática como "invasão de privacidade".

Por fim, visitar o perfil dos candidatos foi considerado pelos participantes uma prática inferior em relação a outros métodos de seleção, como entrevista e demais processos presenciais. Constatou-se que, para os entrevistados da presente pesquisa, o uso das redes sociais virtuais no processo de seleção apresenta mais fatores desfavoráveis do que favoráveis, exigindo ponderação sobre a sua utilização.

Cabe destacar aqui as observações dos autores estudados quanto aos riscos associados ao ato de examinar as redes sociais dos candidatos: o risco de pré-julgamento, a possibilidade de os gestores analisarem o perfil virtual conforme seus valores pessoais, a exclusão de candidatos que não tem acesso à internet e a consideração de que é um método facilitador, mas que não substitui a entrevista pessoal e outros processos presenciais (Costa; Caregnatto, 2013; Dias, 2016).

Quanto à categoria (1d) "fatores de eliminação de candidatos/funcionários", os fatores mencionados como possíveis influenciadoras na exclusão de candidatos a vagas de emprego ou punição/demissão de colaboradores dependem do conteúdo da publicação, sendo citados: fotos comprometedoras; fotos de abuso de drogas e bebidas alcoólicas; excessivas postagens sobre festas; postagens de conteúdos agressivos; postagens envolvendo a exposição de armas; postagens envolvendo outros comportamentos fora da lei e ilícitos; postagens vinculadas à empresa, principalmente prejudicando a imagem da corporação. Além disso, a visão do gestor pode influenciar o que se procura nas redes sociais dos candidatos e os possíveis critérios para sua eliminação.

Diante de um colaborador que tenha manifestado algum dos comportamentos citados acima, os participantes sugeriram que, antes de optar por uma punição, deve-se conversar com os envolvidos na situação. Observa-se, na fala dos participantes, que os fatores de eliminação estão relacionados principalmente ao uso de drogas, consumo excessivo de bebidas alcoólicas, participação em festas, comportamentos violentos e publicações de conteúdos difamatórios contra pessoas ou instituições.

Nas pesquisas de Biberg (2019), Lemes e Weschenfelder (2015) e Molina (2011), os gestores afirmaram já ter excluído candidatos a vagas de emprego devido aos conteúdos postados em suas redes sociais. Os motivos variam desde suspeita de depressão, aparência física considerada inadequada, homossexualidade e requisitos solicitados pelo empregador (Biberg, 2019) até discordância de gostos pessoais entre a equipe de trabalho e o candidato, como bandas de música, e "besteiras" publicadas (Molina, 2011). Os participantes da pesquisa de Molina (2011) relataram que há casos em que os gestores já repreenderam funcionários devido a publicações nas redes sociais, e apesar de ainda não demitirem ninguém por esse motivo, não descartariam essa opção em eventos futuros.

4.2 Análise de perfil nas redes sociais

O segundo objetivo específico (identificar quais aspectos os estudantes universitários acreditam que são analisados nos perfis das redes sociais virtuais em processos de recrutamento e seleção) originou três categorias de análise:

- (2a) aspectos profissionais e educacionais;
- (2b) aspectos comportamentais;
- (2c) imagem virtual.

Dentro da categoria (2a) "aspectos profissionais e educacionais", incluíram-se os seguintes aspectos: formação acadêmica; cursos; experiências profissionais; fotos de trabalhos produzidos de acordo com a vaga disponível; quem a pessoa segue dentro da área de atuação da vaga em aberto; requisitos solicitados pelo empregador e compatibilidade entre os valores do candidato e os valores da empresa empregadora.

Na categoria (2b) "aspectos comportamentais", apareceram como aspectos analisados: as atividades recreativas como frequentar festas e o uso de bebidas alcoólicas; o comportamento social e as relações sociais; publicações que demonstrem desinteresse em desenvolver atividades profissionais; comportamento on-line, ou seja, a forma como as pessoas interagem com os demais usuários nas redes sociais; e, por fim, demais publicações e os comentários publicados.

Quanto à categoria (2c) "imagem virtual", foram citadas as fotos e a aparência dos candidatos como aspectos analisados nas redes sociais, sendo que a aparência procurada pode estar relacionada aos requisitos solicitados pelo empregador, como ausência de tatuagens.

Observa-se que a prática de análise de perfil foi considerada válida por alguns participantes. No entanto, eles citaram alguns aspectos que não contribuem para a formação do perfil profissional dos candidatos ou dificilmente seriam apresentados nas redes sociais, além de serem possíveis critérios de exclusão.

Também se verificou que determinados participantes acatam as exigências da empresa empregadora, mesmo que solicitem padrões fora dos requisitos profissionais, desviando-se dos princípios fundamentais do Código de Ética Profissional do Psicólogo. De acordo com o inciso VII deste código: "O Psicólogo considerará as relações de poder nos contextos em que atua e os impactos dessas relações sobre as suas atividades profissionais, posicionando-se de forma crítica e em consonância com os demais princípios deste Código" (CFP, 2005).

4.3 Construção da imagem profissional nas redes sociais

O último objetivo específico (verificar o uso das redes sociais virtuais pelos estudantes universitários na busca de oportunidades de emprego e na construção da imagem profissional) contemplou as seguintes categorias de análise:

- (3a) métodos de projeção da imagem profissional nas redes sociais;
- (3b) vantagens do uso das redes sociais na projeção da imagem profissional;
- (3c) atenção às exigências do mercado de trabalho.

Quanto à categoria (3a) "métodos de projeção da imagem profissional nas redes sociais", apenas um participante confirmou a utilização das redes sociais como forma de projetar a imagem profissional. Ademais, cinco participantes demonstraram intenção de usar as redes sociais como forma de projetar a imagem profissional após o término da graduação. Destes, dois participantes planejam ter um perfil exclusivamente para postagens profissionais e outro perfil separado para postagens pessoais, enquanto outros dois participantes planejam ter apenas um perfil para postagens tanto pessoais quanto profissionais concomitantemente. Por fim, um participante expressou ainda estar indeciso sobre a separação ou não do perfil profissional e pessoal.

Na categoria (3b) "vantagens do uso das redes sociais na projeção da imagem profissional" estão incluídas: a facilidade na divulgação; o alcance das redes sociais e a possibilidade de conseguir pacientes na área clínica de Psicologia.

Por fim, na categoria (3c) "atenção às exigências do mercado de trabalho", apareceu a opinião quase unânime de que pode existir uma separação entre a vida pessoal e profissional das pessoas, refletindo-se também nas redes sociais. Além disso, os estudantes declararam que deixaram de postar determinados conteúdos nas redes sociais devido à perspectiva de se tornarem futuros psicólogos. Isso ocorreu pelo receio do julgamento e interpretações feitas por outras pessoas, inclusive pelos futuros pacientes dos participantes, os quais poderiam visualizar seus perfis nas redes sociais, conforme os trechos a seguir:

"[...] eu tenho medo de às vezes eles confundirem o meu pessoal com o meu profissional [...]" (Participante A1).

"[...] eu fico preocupada com algumas coisas que às vezes eu gostaria de postar, mas eu acho que é muito questão de talvez um pré-julgamento das outras pessoas 'uma estudante de Psicologia, formanda, postando esse tipo de coisa' né, então eu fico mais contida em alguns momentos [...]" (Participante A4).

"[...] fotos indecentes eu não posto mais, exclui tudo que tinha assim de barriguinha de fora, de biquíni na praia, tirei tudo porque sei que futuramente quando eu tiver pacientes, eles vão acessar minha rede social para ver [...]" (Participante A7).

Os dois participantes que responderam não terem preocupação quanto ao conteúdo que publicam nas suas redes sociais declararam que postam conteúdos básicos e não expõem excessivamente comportamentos pessoais.

Observa-se que, ao mesmo tempo em que os estudantes consideram válido o uso das redes sociais no processo de seleção, eles, quando colocados na posição de avaliados, temem o julgamento das outras pessoas que podem causar situações de injustiça. Além disso, receando as análises e suas consequências na carreira profissional, os participantes deixam de postar determinados

conteúdos. Contudo, isso não implica que eles tenham mudado seus comportamentos em relação às antigas publicações.

O estudo de Sicuro (2016) mostrou que os estudantes consideram que as redes sociais são um território pertencente às suas vidas pessoais e não refletem o lado profissional. Nas pesquisas de Belmonte (2017) e Neto *et al.* (2015), os acadêmicos relataram a preocupação em manter um perfil adequado às exigências profissionais, o que influencia o conteúdo de suas postagens nas redes sociais. Por fim, Zanelli, Andrade e Bastos (2014) afirmam que as organizações e o trabalho fazem parte dos fenômenos de natureza psicossocial da vida humana, ou seja, não podem ser separados das demais esferas da vida pessoal.

Constata-se que os estudantes que participaram da presente pesquisa não apresentam embasamento teórico para sustentar a afirmativa de que pode existir uma discrepância entre o perfil nas redes sociais e o perfil real ou pessoal das pessoas. Além disso, desconhecem os aspectos éticos e jurídicos envolvidos na prática de análise de perfil e, conseqüentemente, o papel do Psicólogo Organizacional e do Trabalho.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho foi desenvolvido com o propósito de abordar o seguinte objetivo geral de pesquisa: compreender a percepção dos estudantes universitários do curso de Psicologia quanto ao uso das redes sociais virtuais nos processos de recrutamento e seleção. A partir desse objetivo geral, foram delineados três objetivos específicos, apresentados ao longo do texto.

Em relação ao primeiro objetivo específico, constatou-se que a maioria dos participantes tinha conhecimento prévio da utilização das redes sociais virtuais nos processos de recrutamento e seleção. De acordo com suas percepções, no processo de recrutamento, predominou o uso das redes sociais na divulgação de vagas de emprego, seguido pela prática de visitar os perfis das pessoas candidatas durante o processo de seleção.

Foram citados fatores considerados favoráveis ao uso das redes sociais no recrutamento e seleção, e fatores considerados desfavoráveis apenas no processo de seleção. No recrutamento, o uso das redes sociais foi percebido como um método superior em comparação a outros métodos de recrutamento. No entanto, na fase de seleção, o uso das redes sociais foi visto como uma prática inferior em relação aos instrumentos de seleção presenciais. Isso ocorreu porque, de acordo com os participantes, as pessoas tendem a se comportar de maneira diferente nas redes sociais em comparação com o ambiente profissional.

Os participantes acreditam que o uso das redes sociais no processo de seleção pode resultar na eliminação de candidatos a vagas de emprego quando seus perfis on-line são analisados sem aviso prévio, seja antes ou após a entrevista e outros processos presenciais. Analisar o perfil foi apontado como uma prática que também pode ser utilizada após a contratação dos funcionários, podendo resultar em repreensões e até mesmo em possíveis demissões dependendo do tipo de conteúdo compartilhado nas redes sociais. Mesmo que alguns participantes tenham mencionado que o uso das redes sociais pode ser uma prática auxiliar e que, por si só, não eliminaria candidatos, eles também citaram aspectos que podem ser considerados excludentes.

Por meio do segundo objetivo específico, foi constatado que, embora alguns estudantes considerem a análise de perfil uma prática válida, eles também apontam possíveis aspectos supérfluos que contribuem pouco para

avaliar os conhecimentos e habilidades profissionais essenciais para o desempenho das atividades laborais. Aspectos como a aparência física e requisitos solicitados pelo empregador, que não estão relacionados às competências profissionais, destacam-se como possíveis fontes de discriminação, levantando questões éticas relacionadas à atuação do psicólogo nas organizações de trabalho.

Quanto ao último objetivo específico, a análise dos dados indica que os estudantes buscam oportunidades de emprego nas redes sociais e em sites na internet. Além disso, planejam usar as redes sociais como meio de projetar sua imagem profissional, porém, com a intenção de manter uma separação entre a vida pessoal e a profissional. Isso ocorre devido ao receio de que a análise de suas redes sociais possa prejudicá-los. Eles argumentam que as pessoas se comportam de maneira diferente nas redes sociais, e que esse ambiente não reflete suas características profissionais.

Em outras palavras, os participantes acreditam que as redes sociais podem revelar aspectos profissionais ao analisar candidatos a vagas de emprego. No entanto, quando têm seus perfis examinados, justificam que suas redes sociais não refletem adequadamente seu lado profissional, revelando assim uma contradição.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, Luis César; GARCIA, Adriana Amadeu. **Gestão de pessoas: estratégias e integração organizacional**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2014.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. 3. ed. Lisboa: Edições 70, 2004.

BELMONTE, Dienifer de Jesus. **A percepção dos acadêmicos do curso de bacharelado em administração da Universidade Federal da Fronteira Sul campus Cerro Largo em relação ao uso das redes sociais não profissionais no processo de recrutamento**. 2017. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Administração) - Universidade Federal da Fronteira Sul, Rio Grande do Sul, 2017. Disponível em: <https://rd.uffs.edu.br/handle/prefix/1758>. Acesso em: 05 jan. 2022.

BIBERG, Júlia Melo Macluf. **Mídias sociais em processos de recrutamento e seleção: um estudo pela perspectiva de recrutadores e selecionadores brasileiros**. 2019. Dissertação (Mestrado em Administração de Empresas) - Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, 2019. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10438/27278>. Acesso em: 05 jan. 2022.

CFP. **Resolução CFP nº 10/2005**. Aprova o Código de Ética Profissional do Psicólogo. 2005. Disponível em: <https://atosoficiais.com.br/lei/codigo-de-etica-cfp?origin=instituicao>. Acesso em: 05 jan. 2022.

CFP. **Resolução CFP nº 11/2018**. Regulamenta a prestação de serviços psicológicos realizados por meios de tecnologias da informação e da comunicação e revoga a Resolução CFP nº 11/2012. 2018. Disponível em: <https://atosoficiais.com.br/lei/orientacao-psicologica-pela-internet-cfp?origin=instituicao>. Acesso em: 05 jan. 2022.

CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de pessoas: o novo papel dos recursos humanos nas organizações**. 4. ed. São Paulo: Manole, 2014.

COSTA, Amanda; CAREGNATTO, Margareth Inês Motter. A influência das redes sociais na captação e seleção de talentos: um estudo realizado nas agências de emprego de Caxias do Sul/RS. **Revista Global Manager Acadêmica**, Caxias do Sul, v. 2, n. 2, p. 42-61, 2013. Disponível em: <https://ojs.fsg.edu.br/index.php/globalacademica/article/view/780>. Acesso em: 05 jan. 2022.

DIAS, Nicole Ulbrich. **Uso e influência das redes sociais virtuais nos processos de recrutamento e seleção**: uma análise na perspectiva de profissionais de recursos humanos. 2016. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Administração) - Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Curitiba, 2016. Disponível em: <http://repositorio.utfpr.edu.br/jspui/handle/1/7513>. Acesso em: 05 jan. 2022.

FORMENTIN, Cláudia Nandi et al. A utilização das mídias sociais como ferramentas para seleção e contratação de profissionais: pesquisa-diagnóstico em empresas da região de Tubarão/SC. **NAVUS**, Florianópolis, v. 4, n. 2, p. 115-126, jul./dez. 2014. Disponível em: <http://navus.sc.senac.br/index.php/navus/article/view/169>. Acesso em: 05 jan. 2022.

GIL, Antonio Carlos. **Gestão de pessoas**: enfoque nos papéis estratégicos. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2019.

LEMES, Aline Garcia; WESCHENFELDER, Gelson Vanderlei. A influência das redes sociais virtuais nos processos de recrutamento e seleção. **Gestão Contemporânea**: Revista de Negócios do Cesuca, Cachoeirinha, v. 2, n. 3, p. 19-39, nov. 2015. Disponível em: <http://ojs.cesuca.edu.br/index.php/revistaadministracao/article/view/834>. Acesso em: 05 jan. 2022.

MOLINA, Marina Vasconcelos Lima de Freitas. **Redes sociais virtuais como uma nova ferramenta nos processos de recrutamento, seleção e controle de pessoal**. 2011. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Administração) - Universidade de Brasília, Brasília, 2011. Disponível em: <http://bdm.unb.br/handle/10483/4231>. Acesso em: 05 jan. 2022.

NETO, Rômulo Andrade de Souza et al. Recrutamento e seleção nas redes sociais: a percepção dos estudantes de Administração da UFRN. **Revista Organizações em Contexto**, São Paulo, v. 11, n. 22, p. 313-346, jul./dez. 2015. Disponível em: <https://www.metodista.br/revistas/revistas-ims/index.php/OC/article/view/5513>. Acesso em: 05 jan. 2022.

SANTOS, Márcia Gomes; OLIVEIRA, Rodrigo Cesar Reis de; CENTURIÓN, Wanusa Campos. Recrutamento e seleção estratégicos: processos tradicionais e a influência das mídias sociais. **Ideias e Inovação**, Aracaju, v. 4, n. 3, p. 57-66, ago. 2018. Disponível em: <https://periodicos.set.edu.br/index.php/ideiaseinovacao/article/view/6017>. Acesso em: 05 jan. 2022.

SICURO, Clarisse Halpern. **À espera de um clique:** o papel das mídias e redes sociais no recrutamento on-line de estagiários. 2016. Dissertação (Mestrado em Administração) - Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2016. Disponível em: <https://app.uff.br/riuff/handle/1/3970>. Acesso em: 05 jan. 2022.

ZANELLI, José Carlos; ANDRADE, Jairo Eduardo Borges; BASTOS, Antonio Virgílio Bittencourt. **Psicologia, organizações e trabalho no Brasil.** 2. ed. Porto Alegre: Artmed, 2014.